

ブランドも大切ですが、 問われるのは「自分の価値」です。



皆さんは自分の価値について考えたことがありますか。特に仕事や組織における価値についてです。自分の強みや意欲は活かされているのか、今後どう生かすのか。思えば、生き方にも通じるのかもしれませんが。

こういう世界で生きている限りは、落語家は私を含めて誰もが売りたいと思っているわけです。私は大学でマーケティングを専攻したので、自分を製品や商品に置き換えてマーケティング理論に沿って市場戦略を考えたりします。

落語協会には現在、前座が30人超、二ツ目が60人超、真打が200人超いまして、完

全な逆ピラミッド状態です。日本はそろそろ医学の進歩を止めるべきになってしまうほど上が詰まって、なかなかなくなる状態です。ですから、真打になったから安定収入が得られるという保障はどこにもありません。落語家は非常に不安定な商売です。

市場戦略にとってネーミングは重要な要素ですから、「鬼丸」を名乗るにも様々に考えました。

落語家の名前は、師匠の名前を一字もらうのが一般的な習わしです。私の師匠は「山のあな、あな…」で大人気になった「三遊亭圓歌(えんか)」ですから、私の前座名は「歌ご(うたご)」、二ツ目で「きん歌(きんか)」を名乗り、さて真打らしい名前を、という話になりました。

圓歌の弟子というのは世間からみればブランドで、弟子が「歌」の字をいただくのはその象徴としての意味があります。ところが、私の時分にはすでにネタ切れの状態で、さらに故・桂歌丸師匠一門との間で「歌」の字の取り合いでした。

私は30年以上その名前生きていくわけですから、ブランドはもちろん大切です。しかし、それだけで売れるわけでも、食べていけるわけでもありません。力がないといけないし、私自身に意欲や魅力が必要です。

そこで私の覚悟を示すために、ブランドではなく、まずは印象的で覚えてもらえる名前を、と考えました。鬼がつく落語家は東西併せても私だけです。

時代は変わっています。自分の最善を選ぶときには慣例を破る必要があるときもあります。会社や組織のブランドが定年後の暮らしを豊かにしてくれるでしょうか。問われるのは自分の価値。時には覚悟を決めた選択が必要だと思います。

三遊亭鬼丸 (さんゆうてい・おにまる)

1972年生まれ。長野県出身、さいたま市在住。故三代目三遊亭圓歌に弟子入り、97年に初高座。

2009年、NHK新人演芸大賞入選。10年、真打に昇進して「鬼丸」を襲名しました。

FM NACK5「GOGOMONZ(ごごもんず)」に出演中です。